

Le imprese. I casi di scuola Clerici-Sacco, Endura e Ivas

# «La ricetta? Presenza sui mercati»

**Cristina Casadei**

■ «Bisogna cercare il mercato e andare dove è». I confini ormai non ci sono più e l'area dove si produce è quella migliore per vendere, ci lascia intendere Werther Colonna che è presidente del gruppo Ivas di San Mauro Pascoli. L'azienda produce pitture e vernici per l'edilizia e ha anche una specializzazione sugli articoli decorativi. «I nostri prodotti hanno un costo unitario basso, l'esportazione, con l'incidenza della logistica, è difficile e quindi diventa necessario avere un'organizzazione stabile nei paesi dove c'è mercato». Questo vuol dire capire da dove arriverà una domanda crescente e trasferirsi. Non è facile insediarsi all'estero ma è la via scelta da molte aziende. Lo ha ricordato il presidente di Federchimica, Cesare Puccioni ieri nella sua relazione: «Sono 130 le imprese chimiche dotate di impianti di produzione all'estero. E di queste il 70% sono Pmi. Ciò significa che anche queste imprese hanno intrapreso la strada dell'internazionalizzazione produttiva». La Ivas che ha 120 dipendenti e fattura 40 milioni di euro è un esempio. Così per la penisola balcanica e l'est Europa

produce in Serbia, ha stabilimenti produttivi in Algeria e oggi, racconta Colonna, «ci stiamo attrezzando per il Regno Unito».

Raccontare la chimica significa incrociare specializzazioni lontanissime tra loro ma lo stesso anelito verso l'innovazione. Così, parlando con Colonna ci dice che «la versatilità chimica è già sinonimo di ricerca. Non abbiamo prodotti standard, la nostra è innovazione continua».

## I DATI

Sono 130 le realtà con stabilimenti produttivi e organizzazione all'estero: il 70% sono piccole e medie aziende

Martino Verga che è l'anima del gruppo Clerici-Sacco di Cadorago (Como) dove vengono prodotti enzimi e fermenti lattici destinati all'industria lattiero casearia e microrganismi per l'industria farmaceutica quasi si stupisce sentendosi chiedere quanti nuovi prodotti inventa. «La nostra è innovazione continua», dice. Ogni giorno i chimici del suo gruppo sono al lavoro su nuove

ricerche. «Investiamo il 6% del nostro fatturato in ricerca e sviluppo e il 40% dei nostri collaboratori ha una laurea», continua. Ci tiene a sottolineare la selezione dura per entrare nella sua azienda e le opportunità che vengono date ai giovani, in cui ha molta fiducia. «Puntiamo sui giovani, del resto molti premi Nobel hanno fatto importanti scoperte prima dei 30 anni», sottolinea Verga. Le aziende del suo gruppo sono a Cadorago, vicino Como, Zelo Buon Persico, Pasturago e Skurup, una cittadina svedese dove Verga fabbrica caglio per i mercati del nord Europa. La sua è un'azienda molto proiettata all'estero. Per i suoi numeri la si potrebbe considerare una Pmi - ha 250 dipendenti e 60 milioni di fatturato -, un po' atipica però: sono appena «una decina», quantifica Verga, le aziende competitor dello stesso livello a livello globale. Dalla Svezia al Sudamerica è quindi facile mangiare un formaggio che contiene qualcosa del Cagliificio Clerici. Del resto, precisa Verga, «esportiamo in 100 paesi nel mondo e per i fermenti lattici l'export arriva al 70%». Le aree più significative? I Brix e poi l'Europa.

Chi invece ormai si sostiene di solo export è la Endura di Bologna. Cosimo Franco, l'amministratore delegato, racconta che solo il 5% delle vendite è in Italia. Il resto finisce nei prodotti di multinazionali americane, europee, cinesi e giapponesi note in tutto il mondo per i loro insetticidi domestici. L'azienda, che ha 90 dipendenti e fattura 30 milioni di euro, è infatti specializzata in principi attivi per insetticidi domestici e ha stabilimenti produttivi in diversi paesi. «In India per il mercato indiano, in Cina dove siamo presenti con una partnership per il mercato asiatico». La competizione internazionale impone l'avanguardia nella ricerca «in cui investiamo tra il 6 e il 10% del fatturato - sottolinea Franco -. Non dimentichiamo che in questo tipo di chimica la parte di investimento negli studi tossicologici è molto significativa. Per portare sul mercato una molecola bisogna investire dai 5 ai 15 milioni di euro. La ricerca è per noi un capitolo fondamentale: in Italia abbiamo 18 ricercatori su 90 dipendenti». In altre parole il 20% degli addetti si occupa di innovazione.

È la competizione globale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

